

انتقال پیام همیشه یک فرستنده و یک دریافت کننده داشته است. گزارش‌های متکی به واقعیت‌های دقیق خبری در منبع تولید و انتشار خبر، دعوای ماهی اصلی چالش و رقابت رسانه‌های بوده ولی در سمت مقابل خود همیشه به دست خریدار یا مصرف کننده نهایی نرسیده است. ذائقه مخاطب همپای پیشرفت ابزارهای رسانه‌ای رو به گسترش و تغییر بوده و واقعیت‌های خود را به منابع رسانه‌ای تحویل کرده است. در این ورطه برخی از ضرورت‌های پست‌اندازی سیاست‌های کلان و خرد رسانه‌ای سخن می‌گویند و برخی همچنان دستاویز پوسته و ظواهر سنت‌های رسانه‌ای باقی مانده‌اند. سؤال اساسی اینجاست که کیفیت انتقال خبر در قالب‌های جدید رسانه‌ای چطور تضمین می‌شود و چطور دست‌بندی می‌کنند و به چه قضاوت نهایی از چشش آنها در کنار یکدیگر می‌رسند؟ چه دارند؟ با محمد لسانی، فعال و پژوهشگر رسانه درباره بازنگار داشتن مسیر انتقال اخبار خوب و بد در کنار یکدیگر و فراوانی آنها گفت‌وگو کرده‌ام.

فضای رسانه‌ای رسمی کشور خودش را تحت فشار اخبار حاشیه‌ای و منفی می‌بیند. این اتفاق ناشی از چیست؟

در خصوص بازمانی رسانه‌های باید گفت در همه جای دنیا با توجه به سهولت دسترسی به شبکه‌های اجتماعی اخباری که اصولاً دارای بار احساسی هستند، بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود. اخبار احساسی بیشتر در حوزه‌های انتقادی، بحران‌ها و آسیب‌ها هستند. این تنها مخصوص کشور ما نیست. با توجه به الگوی غالب روزنامه‌نگاری از دهه ۱۹۶۰ میلادی به بعد در حوزه روزنامه‌نگاری عینی و عینیت‌گرا (Ob-jective Journalism)، به صورت خیلی خفیه، گزارش‌های رویدادها منتشر می‌کند که فرارغ از حس و حال به گزارش و رویداد می‌پردازد. این باعث می‌شود یک جای خالی ایجاد شود تا افرادی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و از طبقه متوسط جامعه هستند و به تفریح، خنده و حتی انتقاد سخن و صریح و اکثراً بهتری نشان می‌دهند، اخبار رسمی آنها را از ما نماند. اخبار رسمی رسانه‌های مبتنی بر روزنامه‌نگاری عینیت‌گراست و باعث می‌شود مخاطب این رسانه‌های غیررسمی از جمله شبکه‌های اجتماعی با آنها احساس قربانیت کند.

چرا روایت رسانه‌های غیررسمی غالب شده است؟



«دزدی کلیک»، متهم اصلی اخبار منفی

محمد لسانی، پژوهشگر رسانه: دولت مقصر عدم نفوذ پیامش است؛ مجر سازی و مرجع سازی رسانه‌های نکرده است

در جهان مفهومی تحت عنوان Click Bait یعنی دزدی کلیک داریم، یعنی دنبال این هستند که به هر طریق ممکن کلیک بگیرند، مثلاً چگونه یک نفر خودش را از طبقه دم به پایین پرت می‌کنند؛ این تیتراها یا تیتراهای زرد هستند یا تیتراهایی هستند که هیچ‌گاه در رسانه‌های رسمی گنجانده نمی‌شوند و در رسانه‌های اجتماعی انعکاس پیدا می‌کنند. بنابراین دزدی کلیک و اصولاً سوءاستفاده از تفریح‌گرایی و حال‌گرایی مخاطبان و کاربران، مرگ ژورنالیسم و تولد پوپولیسم است. ژورنالیسم خودش را متعهد به منافع ملی و منافع ملت می‌داند. اتفاقی که در رسانه‌های اجتماعی می‌افتد به هیچ وجه ژورنالیسم نیست.

این اتفاق مختص رسانه‌های داخلی ایران است؟

خیر. این یک مدل جهانی و مگاترند جهانی در پوشش اخبار نامیدکننده، پاپ‌اوپر و شوکه‌کننده است، ولی آثار منفی آن در کشور ما شدیدتر است، چون رسانه‌های رسمی قوی نیستند. رسانه‌های اجتماعی در کشورهای دیگر همین مسائل را

ایجاد می‌کنند، اما رسانه‌های رسمی شان جایگاه و پایگاه دارند. رسانه‌های رسمی در کشور ما جایگاه و پایگاه ندارند. جهان در رادیو و تلویزیون به سمت تلویزیون‌های تعاملی رفته است، اما تلویزیون ما کاملاً سنتی است و از دهه ۱۹۹۰ میلادی در دنیا از بین رفته است. هم‌زمان شبکه‌های آمار دقیق دارد که چه تعداد برنامه‌هایش را می‌بینند اما صداوسیما ما هنوز آمار از مخاطبان برنامه‌هایش ندارد و از کف خیابان آمارها را جمع‌آوری می‌کند. شبکه‌های فیلیمو یا نمونه‌های بسیار کوچکی از آن چیزی است که در همه شبکه‌های آنها اتفاق افتاده است. روش کار فیلیمو سوسپرمارکتی و فیلیمو یا ماریو تلویزیون هستند. این رسانه‌ها می‌توانند تبدیل به تلویزیون تعاملی و ستاپ‌باکس شان شده است. عبور از تلویزیون سنتی باید از داخل صداوسیما اتفاق می‌افتد.

راهکار متکی نگرداشتن افکار عمومی به روایت‌های درست و دقیق رسانه‌ای چیست؟ مشکل کجاست؟

مانتواستتیم سواد رسانه‌ای را در کشورمان به نرخ کف برسانیم، یعنی حداقل استانداردهای لازم در حوزه آموزش رسانه‌ای و حفاظت رسانه‌ای توسط فرد و خانواده وجود ندارد. به همین علت است که ما صاحب مقتول

مردم به آنها مراجعه می‌کنند. در جمهوری اسلامی یک پایگاه که به صورت روزانه متعهد به تولید محتوا و برش‌های کاربردی از اتفاقات روز برای آموزش به خانواده‌ها وجود ندارد. مثلاً اگر خانواده‌ای بخواهد بداند فرزندش مبتلا به آسیب خاصی شده یا نه نمی‌داند باید به کدام سامانه مراجعه کند. اینها با همدیگر پیوند می‌خورد و باعث یک نظام حفاظت از افراد در برابر آسیب‌های رسانه‌ای و از طرف دیگر هل دادن و تشویق افراد به سمت بهره‌گیری از فرصت‌های رسانه‌ای می‌شود.

مسئله را از زاویه دید یک دولتمرد

هم ببینیم. چرا غالب دولت‌ها گلابه دارند که عملکرد دشان و دستاوردهایشان دیده نمی‌شوند و تحت پوشش اخبار حاشیه‌ای و منفی قرار می‌گیرد؟ مثلاً چرا سفر رئیس‌جمهور به چین با حاشیه‌های مسائل پیش‌آمده برای یک معلم در آمل کمرنگ می‌شود؟ دولت خودش نخستین مقصر عدم نفوذ پیامش است. دولت اگر می‌گوید پیام من در لایه‌های اجتماعی نفوذ نمی‌کند، اول باید به خودش مراجعه کند. دولت کار باید کند ولی حرکتی صورت نگرفته است. کار اول مرجع‌سازی بوده است که دولت می‌بایست مجرا و کانال در افکار عمومی ایجاد می‌کرده است. دولت صرفاً به صورت ایستا، منفعل از مجاری موجود یعنی رسانه‌های رسمی و هر آنچه که هست استفاده کرده است؛ به عبارت بهتر جایی نشسته و اعلام کرده خبرنگارها بیایند و از دولت سؤال کنند. نخستین متهم این ایستایی خود دولت است. دومین کاری که دولت باید کرد، اصلاحات اجتماعی است. اگراد این مسئله در خود دولت است. سومین موضوع بحث روایت‌سازی است. بهترین دولت‌های روایت‌ساز دولت گذشته بودند. دولت‌های خاتمی یا شعار اجتماعی آمد و احیای بخشی از رسانه‌ها و جنگ رسانه‌ای بود و هم از رسانه‌ها استفاده کرد و گفت‌وگو دولت خودش را از کف جامعه جلو برد. دولت آقای احمدی‌نژاد و شخص خود ایشان یک ابررسانه بود که با بیان خودش تحرک اجتماعی ایجاد می‌کرد. آقای احمدی‌نژاد این مسئله را در راس ایجاد کرد و روایت‌سازی کرد و تحرک و پویایی در شخص رئیس‌جمهور پدیدار شد. آقای روحانی نه از توان ذهنی روسای جمهور سابق برخوردار بود و نه تحرک و پویایی جامعه را برانگیخت. آقای روحانی مرجع‌سازی کرد و فرایند ایجاد کرد. با یک دیدگاه امنیتی کلونی‌سازی و فرایندسازی کرد تا بازی رسانه‌ای را پیش ببرد. در دولت آقای رئیسی به نظر می‌رسد پیام دولت روی هوا معلق است و پیامی تولید نشده است که به مخاطب برسد. مسئله از این مشکل به حال گرای کاربران برمی‌گردد و قسمتی است یعنی مثلاً ۹۸ درصد دعوت‌ها یک اسناد رسانه‌ای از سوی ارگان‌های دولتی برای کارمندان شان است. و چهارمی مراجع و بانک‌های محتوایی است که

این آموزش و سواد رسانه‌ای چطور باید اتفاق بیفتد؟

آموزش در همه جای دنیا در گام اول است. ۱۴ اقدام باید برای ارتقای سواد رسانه‌ای انجام گیرد. در همه جای دنیا متولی قانونی و حاکمیتی برای سواد رسانه‌ای داریم. یعنی در حاکمیت یک نفر به صورت خاص این سواد رسانه‌ای را جلو می‌برد. ما الان چنین جایی و نهادی نداریم که مسئول سواد رسانه‌ای باشد. دومی تسهیل‌گر اجتماعی است که سمن‌های ای هستند که وظیفه کنشگری دارند. در کشور ما هیچ نظم و نظامی برای این سمن‌ها نداریم. جاهایی دارند کار می‌کنند ولی بیشتر دکان برای عقد قرارداد هستند که وظیفه‌ای برای خودشان قائل هستند. سومین مورد عطش فردی و خانوادگی است، یعنی خود پدر و مادرها می‌گردند عضو باشگاه‌ها و سمن‌ها (NGO) می‌شوند و در برنامه‌ها شرکت می‌کنند. در کشور ما سواد رسانه‌ای یک مسئله حکومتی است یعنی مثلاً ۹۸ درصد دعوت‌ها یک اسناد رسانه‌ای از سوی ارگان‌های دولتی برای کارمندان شان است. و چهارمی مراجع و بانک‌های محتوایی است که رسانه‌ای دولت را زیر ۳۰ درصد می‌بینم.



نگاه محمدصادق کوشکی؛ استادیار دانشگاه تهران

فضای مجازی و جامعه منفی‌نگر

اولین و شاید مهم‌ترین نکته در دیده نشدن اخبار مثبت در کشور ما سطره فضای مجازی و لنگار و بی‌قانونی بر آذهان جامعه است. ما از سال ۱۳۹۰ به شکل وحشتناکی با تسلط فضای مجازی و لنگار و بی‌قانونی در قالب اینستاگرام، توئیتر و تلگرام بر افکار عمومی بخش زیادی از جامعه مواجه هستیم. این رسانه‌ها به قدری ذهن مخاطب را به صورت ۲۴ ساعته با اخبار منفی بمباران می‌کنند که دیگر جهت‌گیری ذهنی بسیاری از شهروندان جامعه ما منفی‌نگر شده است. این منفی‌نگری هر روز دارد تعمیق می‌شود. منظور از فضای مجازی صرفاً پلتفرم‌های خارجی نیست، حتی پلتفرم‌های داخلی نیز می‌توانند مصداق این مسئله باشند، ولی بخش منفی ماجرا خودش را در قالب پلتفرم‌های خارجی مورد اشاره نشان می‌دهد. مادامی که فضای مجازی قانونمند نشود و در چارچوب منافع و امنیت ملی کشور قرار نگیرد، اخبار منفی بیشتر دیده می‌شوند. بالای ۸۰ درصد محتوایی که در پلتفرم‌های خارجی تولید می‌شود و توسط جامعه مصرف می‌شود، از سوی دشمنان اصلی ما - صهیونیست‌ها، سعودی‌ها و منافقین - به زبان فارسی تولید می‌شود و خوراک ذهن شهروندان ایران را تأمین می‌کند. فردی که ذهنش توسط این اخبار منفی بمباران دائم می‌شود ممکن است اصلاً دیگر اخبار مثبت را نبیند و نشنود و اگر هم ببیند و بشنود اصلاً باور نکند. در حال حاضر یک بی‌اعتمادی شدید نسبت به رسانه‌های رسمی از جمله رسانه ملی شکل گرفته است که ناشی از همین فضا است. نکته دوم اینکه خبررسانی در حوزه‌های مثبت به عموم توسط افرادی صورت می‌گیرد که آشنایی چندانی به علم ارتباط و قواعد اطلاع‌رسانی ندارند. در اکثر دستگاه‌ها جایگاه روابط عمومی و اطلاع‌رسانی به کسانی سپرده می‌شود که فاقد هرگونه تخصصی هستند و در واقع تنها مزیت‌شان ارادت و نزدیکی به مسئولان آن سازمان است. هنوز هم مسأله‌های تلقی‌ای که از روابط عمومی و اطلاع‌رسانی در دستگاه‌ها وجود دارد یک تلقی تخصصی نیست؛ هر کسی که قرابت بیشتری با هم سازمان داشت مسئول روابط عمومی می‌شود. اطلاع‌رسانی در دستگاه‌ها به صورت خیلی بدوی و ابتدایی انجام می‌شود. از سوی دیگر نگرش رسانه‌های رسمی به خبررسانی، روزمردی است، وقتی که مثبت‌ترین اخبار را به افراد روزمردی می‌سپارند، عایدی چندانی از هدف رسانه‌های به دست نمی‌آید. مقصود از روزمردی این است که اصلاً در کارش خلاقیت ندارد و صرفاً یک نگاه‌شکل به خبررسانی دارد و خبررسانی هنر و خلاقیت نیست و در آن تخصص ندارد. مادر رسانه‌های رسمی از جمله رسانه ملی با این مسئله مواجه هستیم که خبرهای خوب، هنرمندانه و خلاق بیان نمی‌شوند و همین مسئله نیز یک نقض قابل توجه در این مسئله دارد که اخبار مهم که توجه‌دهنده شود، در یک جمع‌بندی اجمالی باید گفت کنترل قانونمند بر فعالیت شبکه‌های اجتماعی، سپردن وظیفه اطلاع‌رسانی به افراد خبره و تخصصی نگاه کردن به مقوله روابط عمومی به همراه خارج کردن فضای رسانه‌ای کشور از روزمرگی و روایت‌های خشک و عاری از خلاقیت مهم‌ترین مواردی است که می‌تواند به بازگرداندن رسانه‌های رسمی کشور به متن عرصه اطلاع‌رسانی کمک کند.

شماره مزایده: ۴۸/۱۴۰۱/۱۴۵ **نوبت دوم**

آگهی مزایده

بانک مسکن

بانک مسکن در نظر دارد اسناد و اوراق کاغذی قابل امحاء موجود در انبار فیروزآباد خود را از طریق برگزاری مزایده عمومی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به فروش برساند.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

تاریخ بازدید: ۱۴۰۱/۱۲/۲۷ لغایت ۱۴۰۱/۱۲/۲۸

مهلت دریافت اسناد مزایده از طریق سامانه: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱ لغایت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۸

مهلت ارائه پیشنهاد: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۰۹

تاریخ بازگشایی: روز یکشنبه ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

تاریخ اعلام به برنده: مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۸

کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت برگ شرایط مزایده تا ارائه پیشنهاد مزایده گران و بازگشایی پاکت‌ها و همچنین پرداخت تضمین شرکت در مزایده (دویمه) از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس اینترنتی www.setadiran.ir می‌باشد. همچنین متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت بانک مسکن به نشانی www.bank-maskan.ir (صفحه اصلی، اطلاع‌رسانی، اخبار و اطلاعیه‌ها، مزایده اسناد و اوراق کاغذی قابل امحاء) و جهت بازدید از کاغذهای موصوف به انبار فیروزآباد این بانک واقع در کیلومتر ۷ جاده تهران به ورامین - قبل از فیروزآباد - مقابل پمپ بنزین مراجعه نمایند.

محل بازگشایی پاکت‌های پیشنهادات ارائه شده از طریق سامانه ستاد تهران - خیابان نلسون ماندلا - خیابان ارمغان شرقی - پلاک ۸ ساختمان ادارات مرکزی بانک مسکن - طبقه هشتم - سالن کنفرانس می‌باشد.

آگهی دعوت سهامداران شرکت ارتباط مشترک شهر (سهامی خاص)

تبت شده به شماره ۳۱۳۳۱۶ و شناسه ملی ۱۰۲۰۳۴۱۲۱۹۹

جهت تشکیل مجمع عمومی عادی سالیانه

بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت دعوت می‌شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه که در ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۴ در آدرس انتهای خ سنول شمالی میدان پیروزان خ پیروزان پ ۱۸ کدپستی ۱۹۵۵۷۳۳۳۸ تلفن ۰۲۱۸۸۲۱۱۰۶ تشکیل می‌گردد. حضور بهمیل رسانند.

دستور جلسه: ۱) انتخاب و تعیین سمت مدیران (۲) انتخاب بازرسی (۳) تعیین دارندگان حق امضا (۴) انتخاب روزنامه انتشار

هیات مدیره

کودکان از ما می‌آموزند

به طور مرتب ورزش کنیم

سازمان پایانه‌ها و پارک‌سوارها

آگهی استعلام ارزیابی کیفی مشاوران (نوبت اول)

سازمان مدیریت حمل و نقل بار و پایانه‌های مسافری شهر تهران (سازمان پایانه‌ها و پارک‌سوارهای شهرداری تهران) از مشاوران واجد صلاحیت دعوت می‌نماید از تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۴ تا ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ در دست داشتن معرفی‌نامه، اصل و تصویر کارت ملی و واریز مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال به حساب شماره ۲۰۲۳ نزد بانک شهر کد ۲۰۲ بنام شهرداری تهران نسبت به دریافت اسناد ارزیابی کیفی (RFQ) اقدام نمایند؛

- **نام طرح/ پروژه:** تکمیل پایانه جدید شرق و انتقال پایانه شرق تهران
- **کارفرما:** سازمان مدیریت حمل و نقل بار و پایانه‌های مسافری شهر تهران
- **نشانی کارفرما:** خیابان شهید بهشتی، خیابان شهید قنبرزاده، مابین هویزه و خرمشهر، نبش کوچه دهم، پلاک ۲۸
- **موضوع خدمات مشاوره:** انجام خدمات نظارت عالی و کارگاهی پروژه احداث و تکمیل پایانه جدید شرق
- **مدت انجام پروژه:** ۱۲ ماه شمسی
- **روش انتخاب مشاور:** تعرفه
- **تخصص و پایه مورد نیاز:**

گروه	تخصص	حداقل پایه
شهرسازی و معماری	ساختمان‌های مسکونی تجاری اداری نظامی و صنعتی	یک
تخصص‌های مشترک	تأسیسات برق و مکانیک	دو

- **محل انجام:** شهر تهران
- **محل دریافت اسناد ارزیابی کیفی:**

خیابان شهید بهشتی، خیابان شهید قنبرزاده، مابین هویزه و خرمشهر، نبش کوچه دهم، پلاک ۲۸ سازمان پایانه‌ها و پارک‌سوارها (اداره حقوقی و قراردادهای سازمان). تلفن تماس جهت پاسخگویی به سؤالات: شماره ثابت ۸۸۵۶۴۲۲۳ - آقای فلاحی ۰۹۱۲۴۳۵۰۵۶۹

- **محل و زمان تحویل اسناد:**

محل تحویل اسناد: خیابان شهید بهشتی، خیابان شهید قنبرزاده، مابین هویزه و خرمشهر، نبش کوچه دهم، پلاک ۲۸ سازمان پایانه‌ها و پارک‌سوارها (طبقه دوم ساختمان شماره یک)

زمان تحویل اسناد: از ۱۴۰۱/۱۲/۲۹ تا ۱۰ روز کاری تا پایان وقت اداری ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

سازمان مدیریت حمل و نقل بار و پایانه‌های مسافری شهر تهران

شرکت تور و توریسم شهر

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شماره ۱۳/ع/۱۴۰۱

نام شرکت مناقصه گزار: شرکت توسعه و نوآوری شهر

موضوع مناقصه: ارائه خدمات پشتیبانی دستگاه‌های خودپرداز کینگ تلر از طریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله‌ای و مطابق با مشخصات فنی مندرج در اسناد مناقصه

نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به صورت ضمانت نامه بانکی (به غیر از بانک شهر) و یا فیش نقدی واریزی به شماره حساب ۱۰۰۰ بانک شهر به نام شرکت توسعه و نوآوری شهر

زمان آغاز و پایان مهلت و محل دریافت اسناد: از ساعت ۸ صبح روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۲ تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶:۰۰) روز یکشنبه ۱۴۰۱/۱۲/۲۸ به نشانی تهران - میدان آرژانتین - خیابان بهیقی - کوچه ۱۶ شرقی - پلاک ۲۲ طبقه همکف، دبیرخانه شرکت توسعه و نوآوری شهر - شماره تماس ۰۲۱-۴۳۹۱۷۰۰۰ داخلی ۵۱۳ آقای رضائی مهلت و محل تحویل پیشنهاد: حداکثر تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶:۰۰) روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۵ به نشانی ذکر شده تحویل و رسید دریافت نماید.

متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند از زمان آغاز توزیع اسناد مناقصه به همراه معرفی نامه از شرکت/ موسسه به نشانی فوق‌الذکر مراجعه نمایند.

هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

سایر شرایط مناقصه در اسناد مناقصه و پیش نویس قرارداد منضم به آن، تصریح گردیده است. مدارک دریافتی به عنوان پیشینه نزد شرکت توسعه و نوآوری شهر باقی می‌ماند.

تلفن: ۴۳۹۱۷۰۰۰ جهت اخذ اطلاعات فنی شماره های داخلی ۵۲۶/ ۵۰۷

شرکت آب و فاضلاب شهر

آگهی ارزیابی کیفی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای با شماره مناقصه ۹۲/۱۴۰۱/اف

اجاره یک دستگاه دکل حفاری دریایی شناسه: ۱۴۶۷۴۶۳

۳۰۰ فوٹی به انضمام تأمین خدمات مرتبط با جاه‌های اکتشافی دریایی

نوبت دوم

شرکت نفت فلات قاره ایران در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه فوق‌الذکر از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی و مناقصه صرفاً از طریق درگاه و سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می‌باشد. دعوت‌نامه‌ها، تغییرات، اصلاحات و ... صرفاً از طریق سامانه ستاد به اطلاع متقاضیان گران رسانده می‌شود. لازم است پیشنهاد دهندگان در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند و بصورت منظم جهت دریافت دعوت نامه، ها، تغییرات، اصلاحات به سامانه ستاد مراجعه نمایند.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار: تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۴۲۵۰

اطلاعات تماس دستگاه تهیه انجام مراحل عضویت: ۰۲۱-۳۳۹۴۲۵۰

مرکز تماس: ۰۲۱-۱۴۵۶ دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۸۹۱۹۳۶۸

روابط عمومی شرکت نفت فلات قاره ایران

شرکت تور و توریسم شهر

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شماره ۱۳/ع/۱۴۰۱

نام شرکت مناقصه گزار: شرکت توسعه و نوآوری شهر

موضوع مناقصه: ارائه خدمات پشتیبانی دستگاه‌های خودپرداز LG از طریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله‌ای و مطابق با مشخصات فنی مندرج در اسناد مناقصه

نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به صورت ضمانت نامه بانکی (به غیر از بانک شهر) و یا فیش نقدی واریزی به شماره حساب ۱۰۰۰ بانک شهر به نام شرکت توسعه و نوآوری شهر

زمان آغاز و پایان مهلت و محل دریافت اسناد: از ساعت ۸ صبح روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۲ تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶:۰۰) روز یکشنبه ۱۴۰۱/۱۲/۲۸ به نشانی تهران - میدان آرژانتین - خیابان بهیقی - کوچه ۱۶ شرقی - پلاک ۲۲ طبقه همکف، دبیرخانه شرکت توسعه و نوآوری شهر - شماره تماس ۰۲۱-۴۳۹۱۷۰۰۰ داخلی ۵۱۳ آقای رضائی مهلت و محل تحویل پیشنهاد: حداکثر تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶:۰۰) روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۵ به نشانی ذکر شده تحویل و رسید دریافت نماید.

متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند از زمان آغاز توزیع اسناد مناقصه به همراه معرفی نامه از شرکت/ موسسه به نشانی فوق‌الذکر مراجعه نمایند.

هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

سایر شرایط مناقصه در اسناد مناقصه و پیش نویس قرارداد منضم به آن، تصریح گردیده است. مدارک دریافتی به عنوان پیشینه نزد شرکت توسعه و نوآوری شهر باقی می‌ماند.

تلفن: ۴۳۹۱۷۰۰۰ جهت اخذ اطلاعات فنی شماره های داخلی ۵۲۶/ ۵۰۷

شرکت تور و توریسم شهر

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شماره ۱۵/ع/۱۴۰۱

نام شرکت مناقصه گزار: شرکت توسعه و نوآوری شهر

موضوع مناقصه: ارائه خدمات پشتیبانی دستگاه‌های خودبانک (VTM) از طریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله‌ای و مطابق با مشخصات فنی مندرج در اسناد مناقصه

نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به صورت ضمانت نامه بانکی (به غیر از بانک شهر) و یا فیش نقدی واریزی به شماره حساب ۱۰۰۰ بانک شهر به نام شرکت توسعه و نوآوری شهر

زمان آغاز و پایان مهلت و محل دریافت اسناد: از ساعت ۸ صبح روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۲ تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶:۰۰) روز یکشنبه ۱۴۰۱/۱۲/۲۸ به نشانی تهران - میدان آرژانتین - خیابان بهیقی - کوچه ۱۶ شرقی - پلاک ۲۲ طبقه همکف، دبیرخانه شرکت توسعه و نوآوری شهر - شماره تماس ۰۲۱-۴۳۹۱۷۰۰۰ داخلی ۵۱۳ آقای رضائی مهلت و محل تحویل پیشنهاد: حداکثر تا پایان وقت اداری (ساعت ۱۶:۰۰) روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۵ به نشانی ذکر شده تحویل و رسید دریافت نماید.

متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند از زمان آغاز توزیع اسناد مناقصه به همراه معرفی نامه از شرکت/ موسسه به نشانی فوق‌الذکر مراجعه نمایند.

هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

سایر شرایط مناقصه در اسناد مناقصه و پیش نویس قرارداد منضم به آن، تصریح گردیده است. مدارک دریافتی به عنوان پیشینه نزد شرکت توسعه و نوآوری شهر باقی می‌ماند.

تلفن: ۴۳۹۱۷۰۰۰ جهت اخذ اطلاعات فنی شماره های داخلی ۵۲۶/ ۵۰۷

آگهی مناقصه عمومی

شهراد اصفهان

با توجه به اینکه شهرداری اصفهان در نظر دارد عملیات دو مورد زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد مناقصه تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. متقاضیان شرکت در مناقصه در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

ردیف	موضوع مناقصه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه	اعتبار قیمت‌ها
۱	نگهداری، تعمیر و توسعه پسیو شبکه شهرداری اصفهان (بخش اول) در سال ۱۴۰۲	۶۹۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال	دو ماه
۲	نگهداری، تعمیر و توسعه پسیو شبکه شهرداری اصفهان (بخش دوم) در سال ۱۴۰۲	۶۹۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال	دو ماه

مواعد زمانی:

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۲۲

مهلت دریافت اسناد: ۱۴۰۲/۰۱/۰۹

مهلت ارسال پیشنهادات: ۱۴۰۲/۰۱/۱۹

شهراد اصفهان

زمان بازگشایی پاکت‌ها: ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: اصفهان، بلوار آئینه خانه، ابتدای بن‌بست سپیده، سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان - تلفن: ۰۳۱-۳۶۶۱۷۳۳۵-۷

سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان